

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของผู้ซื้อสินค้าในร้านซูเปอร์มาร์เก็ต  
แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นางสาว ศรีัญญา วงศ์เปง

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ. กัญญา

กุนทีกาญจน์

ประธานกรรมการ

อ. ดร. ทรงศักดิ์

ศรีบุญจิตต์

กรรมการ

รศ. ดร. เฉช

กาญจนางกูร

กรรมการ

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง พฤติกรรมของผู้ซื้อสินค้าในร้านซูเปอร์มาร์เก็ตแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ ประการแรกเพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคของร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ประการที่สองเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของร้านซูเปอร์มาร์เก็ตและประการสุดท้ายเพื่อศึกษาถึงปัญหาการใช้บริการจากร้านซูเปอร์มาร์เก็ต โดยเก็บตัวอย่างจากร้านซูเปอร์มาร์เก็ตแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ จากแบบสอบถามทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง

ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ รายได้ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าในจำนวนที่มากขึ้นทั้งด้านปริมาณและราคาตามสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นของรายได้ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษา กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคมีการศึกษาที่สูงขึ้นสามารถสร้างรายได้สูงขึ้น โดยผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงจะมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในจำนวนที่มากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาน้อยกว่า ปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากรายได้ และการศึกษา คือ สถานที่ การบริการ การตกแต่ง ประเภทสินค้า และราคาสินค้า โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอันดับแรกคือสถานที่ เนื่องจากเป็นห้างที่อยู่ในตัวเมือง เป็นทางผ่านในการเดินทาง หรืออยู่ใกล้บ้านทำให้เดินทางสะดวก ถัดมาคือการบริการที่ดีด้านสถานที่จอดรถ และการอำนวยความสะดวกอื่นๆ ประกอบกับเป็นห้างที่มีพื้นที่ขนาดเล็ก ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ส่วนการบริการที่

ดี และ ประเภทสินค้าที่ตอบสนองตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งราคาสินค้าที่ไม่แพงกว่าคู่แข่งอื่น ก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า สามารถอธิบายได้ว่าผู้บริโภคจะนิยมซื้อสินค้าหลัก หรือสินค้าที่จำเป็นในการดำรงชีพประจำวัน ทั้งนี้ผู้บริโภคจะเน้นที่คุณภาพสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่มีอายุสั้นไม่สามารถเก็บได้นาน เช่น อาหารสด รวมถึงมีความหลากหลายของประเภทสินค้า ทั้งด้านยี่ห้อและขนาด และประการสุดท้ายคือสินค้าที่มีความแตกต่างจากห้างแห่งอื่นในเรื่องแหล่งที่มา สถานที่ในการผลิต หรือยี่ห้อ

ด้านปัญหาในการใช้บริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือสินค้ามีไม่ครบ ซึ่งสินค้าที่ไม่ครบส่วนใหญ่เป็นสินค้าหลัก หรือสินค้าจำเป็นที่ผู้บริโภคต้องใช้ รองลงมาคือราคาสินค้าที่สูงกว่าห้างอื่น อีกปัญหาหนึ่งคือ การค้นหาสินค้าที่ต้องการทำได้ยาก อันเนื่องมาจากการจัดเรียงสินค้านอกเหนือจากนี้จะเป็นปัญหาลดย่อยอื่นๆ เช่น ปัญหาเกี่ยวกับความสะดวก และปัญหาด้านการจัดการ ซึ่งทางห้างควรจะดำเนินการแก้ไขต่อไป

<b>Independent Study Title</b>	Purchasing Behavior of Consumers in a Supermarket in Chiang Mai Province		
<b>Author</b>	Miss. Saranya Wongpang		
<b>M. Econ.</b>	Economics		
<b>Examining Committee</b>	Assist. Prof. Kanya	Kunthikan	Chairperson
	Lecturer Dr. Songsak	Sriboonchitta	Member
	Assoc. Prof. Dr. Decha	Karnjanangkura	Member

### ABSTRACT

The study on purchasing behavior of consumers in a supermarket in Chiang Mai province has three main objectives. First is to analyze the factors affecting purchasing in a supermarket in Chiang Mai province. Second, to analyze attitudes of consumers about merchandise in a supermarket in Chiang Mai province. Third, to study the problem of purchasing from a supermarket in Chiang Mai province. A survey of 300 people from a supermarket in Chiang Mai province was conducted and data analyzed.

The result of this research shows that the factors affecting purchasing positively in the supermarket were income and education. The consumers with higher income and education purchases more in terms of both quantity and value than those with less income and education. The other factors besides income and education are location, service, design, type of merchandise and price. Because it is located in the community good transportation or proximity to home or office makes it convenient and also eliminates time and expense. Other reasons such as good service, the necessity of merchandise and reasonable price also affect purchasing behavior as well.

Regarding attitudes of consumers towards merchandise in a supermarket, they prefer to purchase staple goods . Therefore, the consumers realize about variety kinds of merchandise and the quality especially for freshfood. The last factor that is concerned with the decision is the unique characteristics of the merchandise, for example, source, manufacturing, place or brand.

For the research problem the most important issue is the availability of staple goods. The next one is higher prices than other retailer stores. In addition there are miscellaneous problems , normally concerned with cleanliness and management . These things need to be improved.